blaze

бренд одежды и снаряжения для туризма

конкуренты · аудитория · ценности · услуги · мудборд · референсы · нейминг · логотип

Костенко Трифон

Колледж B&D · методология · семестровый проект

конкуренты

пять российских outdoor-брендов: от профи-снаряжения до масс-маркета

1

Sivera

+ своё производство и техничность

− подача «для своих»

2

Red Fox

+ легенда альпинизма, Gore-Tex

− экспедиционный образ

3

Bask

+ эксперты по морозу

− узкая «холодная» ассоциация

4

Сплав

+ всё в одном месте

− размытый образ

5

Outventure

+ доступно и везде

− без характера

профи-бренды говорят с опытными, массовые просто продают. свободна ниша: надёжное снаряжение с тёплой подачей и заботой о новичке

Sivera

sivera.ru

российский бренд outdoor-одежды и снаряжения высокого класса. почти всё шьётся на собственной фабрике в Рязани. основатели — парашютисты Валерий и Елена Фисенко: с 1991 года шили снаряжение для себя и западных брендов, в 2006 запустили свою марку









преимущества

— собственное производство полного цикла в России

— доверие профи: пуховки всерьёз сравнивают с Arc’teryx

— характер: модели названы старорусскими словами

недостатки

— утилитарная подача «для своих», мало эмоций

— сайт — каталог, история основателей не работает на имидж

— ограниченные партии: нужной модели часто нет

Red Fox

redfox.ru

пионер российского аутдора: компанию основал в 1989 году в Петербурге альпинист Владислав Мороз, начинавший с пошива снаряжения для восхождений. сегодня — одежда и снаряжение от экспедиций до города, собственные производства и сеть магазинов









преимущества

— легендарная история: бренд вырос из альпинизма

— официальный партнёр Gore-Tex в России

— широкий ассортимент: от экспедиций до города

недостатки

— экспедиционный образ может отпугнуть новичка

— технологичные модели стоят дорого

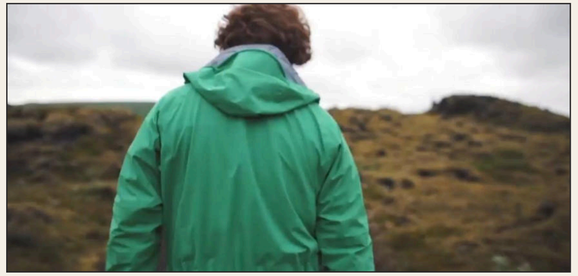
— размытый образ между горами и городом

Bask

bask.ru

бренд одежды и снаряжения для экстремальных видов спорта и путешествий. основатели — братья Владимир и Сергей Богдановы, студенты-физтехи: в 1989 году начали шить экипировку для своих экспедиций, в 1992 зарегистрировали марку. известны низкотемпературными пуховками









преимущества

— экспертиза в сильных морозах, популярны на Севере

— история основателей-экспедиционщиков

— есть городская и детская линейки

недостатки

— ассоциация с холодом и экстримом, мало про лёгкий летний туризм

— на рынке две компании с именем Bask — путаница

— визуально бренд сдержанный, без яркой идеи

Сплав

splav.ru

петербургская компания: одежда и снаряжение для туризма, охоты, рыбалки и в стиле милитари. продаёт через собственную сеть магазинов в разных городах и интернет-магазин









преимущества

— огромный ассортимент в одном месте

— своя сеть магазинов: можно прийти и примерить

— практичные вещи по доступным ценам

недостатки

— туризм, охота и милитари вперемешку — размытый образ

— брутальная подача не для городского новичка

— нет эмоциональной истории бренда

Outventure

sportmaster.ru

собственная марка «Спортмастера» для туризма и активного отдыха, появилась в 2003 году: одежда, обувь, палатки, спальники, посуда. рассчитана на широкий круг — от начинающих туристов до опытных









преимущества

— доступные цены

— продаётся в каждом «Спортмастере»: легко купить и примерить

— есть всё для похода — от посуды до палатки

недостатки

— нет своего характера и истории — «бренд с полки»

— нет своего сайта, только раздел в каталоге магазина

— мало доверия у опытных туристов

вывод по конкурентам

Sivera — техничность и своё производство, но подача «для своих»

Red Fox — легенда альпинизма и Gore-Tex, но экспедиционный образ

Bask — эксперты по морозу, но узкая «холодная» ассоциация

Сплав — всё в одном месте, но размытый образ

Outventure — доступно и везде, но без характера

профи-бренды говорят с опытными, массовые просто продают. свободна ниша: надёжное снаряжение с тёплой подачей и заботой о новичке

целевая аудитория

новички в туризме 20–45 лет, в основном городские жители: хотят выбраться на природу, но не знают, что брать и с чего начать

первый поход

20–30 лет · студенты, молодые специалисты

идут на выходные с друзьями, бюджет ограничен, боятся ошибиться со снаряжением

городской путешественник

28–40 лет · доход средний и выше

ценит качество и дизайн, выбирается в леса и парки, одежда нужна и в городе

семья и друзья

30–45 лет · организуют выходные на природе

важны надёжность и простота: собрать всех и ничего не забыть

что их беспокоит: не понимают, что брать · боятся переплатить · бренды для профи пугают · нужна вещь для леса и города

ценности

надёжность

вещь, которой доверяешь на маршруте: технические материалы, проверенные швы, честные характеристики

простота

без лишних вопросов: сами подскажем, что взять, и объясним, как работают слои одежды

забота

о новичке и о природе: вещи на годы, уход и ремонт вместо «купил и выбросил»

тепло

живая человеческая подача вместо холодной техничности: бренд как друг, который идёт рядом

главная идея: метка на тропе — знак, которому доверяешь, что ты на верном пути

услуги

каталог
одежда и снаряжение для походов: от термобелья до палаток, с понятными описаниями

конструктор похода
выбираете маршрут, сезон и опыт, сайт собирает комплект по слоям

паспорт вещи по QR
код на бирке открывает состав, уход и подходящие маршруты

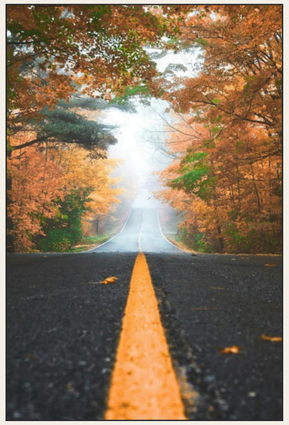
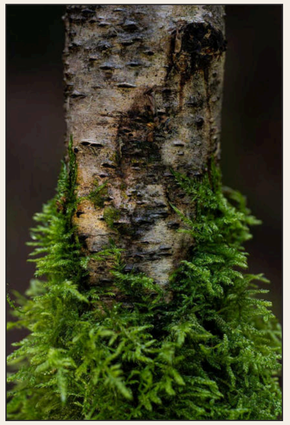
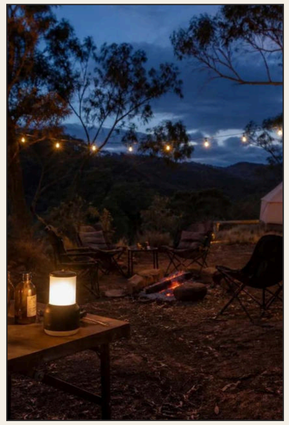
доставка с примеркой
несколько размеров на выбор дома, лишнее возвращаете

уход и ремонт
пропитка мембраны, замена молний, советы по уходу за вещами

гид по маршрутам
подборки лёгких маршрутов для новичков: на сайте и в печатном зине

мудборд

тёплая природа, кора и мох, метки краской, ткань и бирки.
палитра: кора, метка, берёста, уголь





кора

метка

берёста

уголь

референсы

что берём у других: знаки, материалы, подачу и логику сайта



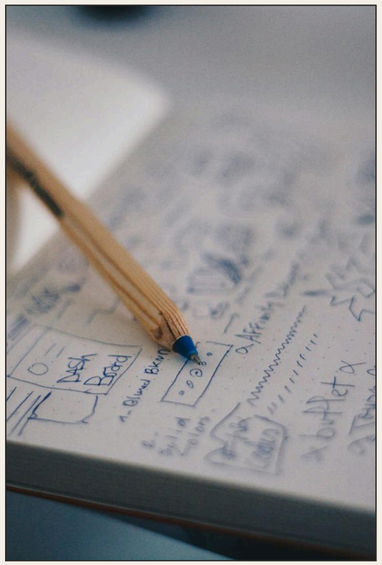
метки на тропах: форма и цвет



знаки навигации: единая система



бирки и упаковка: материал и печать



типографика: плотный гротеск



сайт-конструктор: выбор по шагам

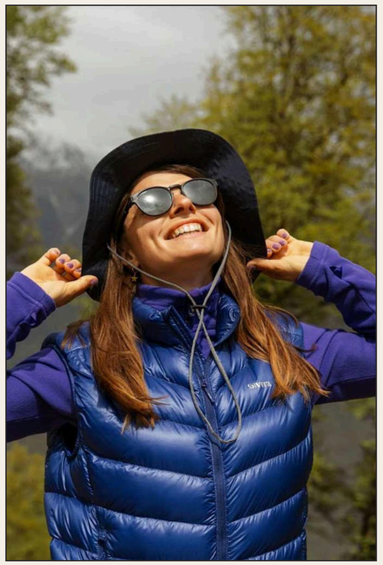


фото: живая природа без глянца

нейминг

искали название в тропе, природе и движении, а потом в коротких придуманных словах

тропа и метки

Blaze
Cairn
Waymark
Switchback

природа и рельеф

Alpen
Taiga
Moraine
Basecamp

движение

Roam
Ascent
Stride
Kindle

короткие придуманные

Norr
Vask
Kova
Alto
Oro
Pika
Nuun
Trek-O

самые сильные

Blaze

легко читается, есть смысл (метка на дереве, огонь) и готовая графическая идея для логотипа

Cairn

пирамидка из камней на тропе: хорошо рисуется и звучит

Waymark

близок к Blaze по смыслу: «указатель пути»

нейминг

финальное название



метка на тропе

blaze — это засечка или краска на дереве, которая показывает дорогу. и ещё «пламя»

читается сразу

короткое, звучит ясно, легко запомнить и написать

сразу рисуется

в слове уже есть готовая графическая идея: одна буква становится меткой

главная идея бренда: метка на тропе — знак, которому доверяешь, что ты на верном пути

логотип: поиск

две линии, которые дошли до знака: камни на тропе и метка на дереве



Cairn

три красных камня вместо точки над «i», пирамидка как знак на тропе



blaze

буква «l» стала красной меткой: знак живёт внутри слова

выбрана идея blaze: красная «l» осталась, а само слово потом перерисовано вручную

логотип

финальный вариант из брендбука: слово, в котором одна буква стала знаком

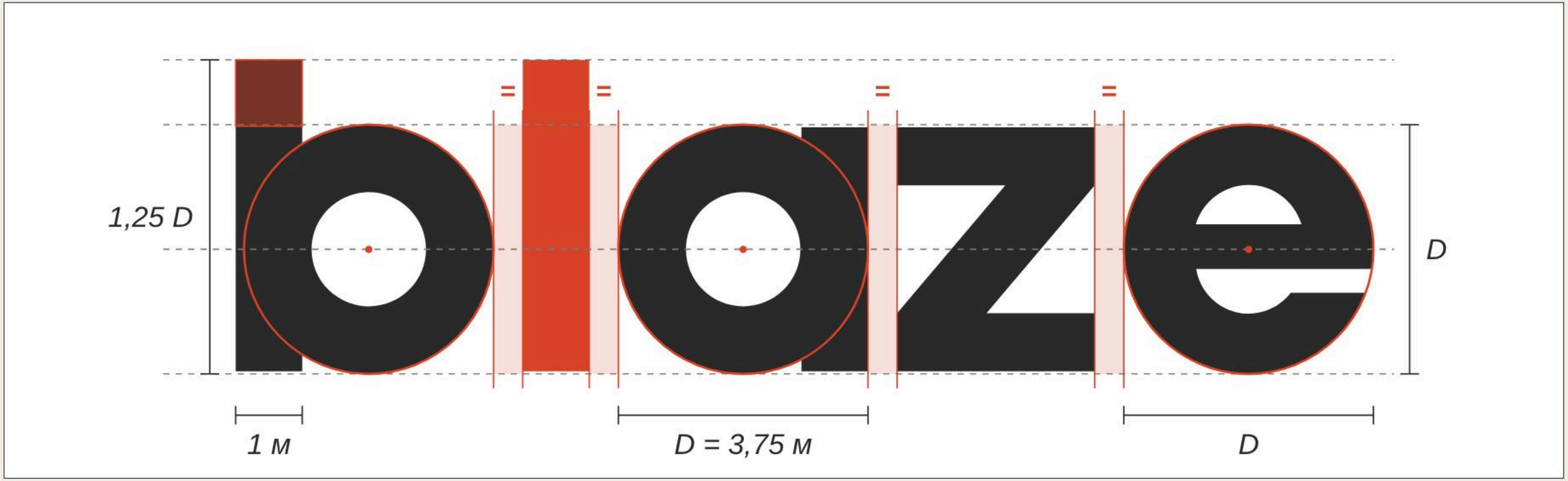


буква «l» — метка на тропе и единственный цветной элемент знака

логотип нарисован вручную и не набирается шрифтом

логотип: сетка

логотип собран по модулю: толщина штриха задаёт все остальные размеры



1 модуль (м)

толщина штриха «b» и «l» — единица для всего знака

один круг

«a», «e» и чаша «b» — круги одного диаметра: 3,75 модуля

5 : 4

высота «b» и «l» = 1,25 круга, все буквы на одной базовой линии

равные просветы

расстояния между буквами одинаковые, поэтому слово читается ровно